

15 MAR 2010

La presente deliberazione viene affissa il _____ all'Albo Pretorio per rimanervi 15 giorni



PROVINCIA DI BENEVENTO

Deliberazione della Giunta Provinciale di Benevento n. 74 del 05 MAR. 2010

Oggetto: EVENTI "LE QUATTRO STAGIONI "PROGETTO BAB FESTIVAL – Festival Internazionale dei Burattini e delle Marionette. PROVVEDIMENTI.

L'anno duemiladieci il giorno cinque del mese di MARZO presso la Rocca dei Rettori si è riunita la Giunta Provinciale con l'intervento dei Signori:

1) Prof. Ing.	Aniello	CIMITILE	- Presidente	_____
2) Avv.	Antonio	BARBIERI	- Vice Presidente	<u>ASSENTE</u>
3) Dott.	Gianluca	ACETO	- Assessore	_____
4) Ing.	Giovanni Vito	BELLO	- Assessore	_____
5) Avv.	Giovanni A.M.	BOZZI	- Assessore	_____
6) Ing.	Carlo	FALATO	- Assessore	_____
7) Dr.ssa	Annachiara	PALMIERI	- Assessore	_____
8) Dott.	Nunzio	PACIFICO	- Assessore	<u>ASSENTE</u>
9) Geom.	Carmine	VALENTINO	- Assessore	_____

Con la partecipazione del Segretario Generale Dott. Claudio UCCELLIETTI

L'ASSESSORE PROPONENTE - Ing. Carlo Falato [Signature]

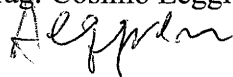
RELAZIONE

La Provincia di Benevento, con delibera di G.P. n. 439 dell'11.09.2009, aderiva all'avviso pubblico della Regione Campania a presentare manifestazione di interesse a valere sul "Le Quattro Stagioni-Primavera 2010:" "Ritorno al Barocco...e non solo" con il progetto "BAB FESTIVAL – Festival Internazionale dei Burattini e delle Marionette VII edizione giugno 2010" e approvava la scheda progettuale per un importo complessivo di € 160.000,00 di cui € 112.000,00 a carico della Regione Campania, € 32.000,00 a carico del bilancio Provinciale e € 16.000,00 quale quota proveniente da partners privati.

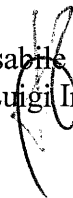
La Regione Campania con nota prot. n. 1117212 del 28.12.2009, ha comunicato che con D.G.R. n. 1797 del 4.12.2009, è stata valutata la proposta progettuale "Le Quattro Stagioni. Primavera 2010:" "Ritorno al Barocco...e non solo" "BAB FESTIVAL – Festival Internazionale dei Burattini e delle Marionette VII edizione giugno 2010" e ha disposto, per la realizzazione, un finanziamento pari ad € 100.000,00.

Si ritiene dover approvare il progetto esecutivo in considerazione del nuovo finanziamento concesso dalla Regione e nel contempo, si ritiene che sussistano i presupposti per l'affidamento della realizzazione del Progetto "BAB FESTIVAL – Festival Internazionale dei Burattini e delle Marionette VII edizione giugno 2010", all'Agenzia Art Sannio Campania Scpa, società in house providing di questo Ente, costituita con atto del notaio Sangiuolo, Rep. 50715 del 12.01.2005, a totale capitale pubblico di cui 49% della Regione Campania e 51% della Provincia di Benevento.

Il Responsabile dell'U.O.
(rag. Cosimo Leggieri)



Il Responsabile del Servizio
(dr. Luigi Insogna)



Preso atto della relazione che precede, il sottoscritto Dirigente esprime parere favorevole circa la regolarità tecnica della proposta.

Li _____

Il Dirigente del Settore
ATTIVITÀ CULTURALI, ARTISTICHE,
TURISMO E SPORT
(dr.ssa Pierina Martinelli)

Esprime parere favorevole circa la regolarità contabile della proposta,

Li _____

Il Dirigente del Settore
GESTIONE ECONOMICA
(dr.ssa Filomena Lazazzera)

UFFICIO IMPEGNI
REGISTRAZIONE IMPEGNO CONTABILE

CAD.
CAP. 1.03.02.03 PROGR. N. 28/10 I rr. rr.

S.ennabe

LA GIUNTA

Su relazione e proposta dell'Assessore alla Cultura Ing. Carlo Falato, ad unanimità,

DELIBERA

Per tutto quanto in narrativa richiamato, che qui si intende integralmente riportato e trascritto:

1. **di approvare** l'allegato progetto esecutivo "BAB FESTIVAL – Festival Internazionale dei Burattini e delle Marionette" VII edizione, per un importo complessivo di € 148.000,00 di cui € 100.000,00 a carico della Regione Campania, € 32.000,00 a carico del bilancio Provinciale e € 16.000,00 quale quota proveniente da partners privati;
2. **di dare atto** che la quota di finanziamento di € 32.000,00 a carico del Bilancio Provinciale trova copertura sull'intervento 1030203 del redigendo Bilancio di previsione 2010;
3. **di dare atto** che le quote di finanziamento di € 100.000,00 a carico della Regione Campania e di € 16.000,00 a carico di partners privati verranno inserite in sede di bilancio di previsione per l'anno 2010;
4. **di dare atto** che la realizzazione dell'evento sarà affidata all'Agenzia Art Sannio Campania S.c.p.a. società in house providing della Provincia di Benevento;
5. **di trasmettere** per quanto di competenza al Dirigente del Settore Attività Culturali, Artistiche, Turismo e Sport;
6. **di dare** alla presente immediata esecutività.

IL SEGRETARIO GENERALE

(Dott. Claudio UCCELLETTI)

IL PRESIDENTE

(Prof. Ing. Aniello CIMITILE)

N. 154 Registro Pubblicazione

Si certifica che la presente deliberazione è stata affissa all'Albo in data odierna, per rimanervi per 15 giorni consecutivi a norma dell'art. 124 del T. U. - D. Lgs.vo 18.8.2000, n. 267

BENEVENTO

11 5 MAR. 2010

IL MESSO

IL SEGRETARIO GENERALE
(Dott. Claudio UCCELLETTI)

La suesata deliberazione è stata affissa all'Albo Pretorio in data 15 MAR. 2010 e contestualmente comunicata ai Capigruppo ai sensi dell'art. 125 del T.U. - D. Lgs.vo 18.8.2000, n. 267

SI ATTESTA, che la presente deliberazione è divenuta esecutiva a norma dell'art. 124 del T. U. - D. Lgs.vo 18.8.2000, n. 267 e avverso la stessa non sono stati sollevati rilievi nei termini di legge.

li 07 APR. 2010

IL RESPONSABILE DELL'UFFICIO

IL SEGRETARIO GENERALE
(Dott. Claudio UCCELLETTI)

Si certifica che la presente deliberazione è divenuta esecutiva ai sensi del T.U. - D. Lgs.vo 18.8.2000, n. 267 il giorno 26 MAR. 2010

☒ Dichiarata immediatamente eseguibile (art. 134, comma 4, D. Lgs.vo 18.8.2000, n. 267).

☒ Decorsi 10 giorni dalla sua pubblicazione (art. 134, comma 3, D. Lgs.vo 18.8.2000, n. 267).

☐ E' stata revocata con atto n. _____ del _____

Benevento, li 07 APR. 2010

IL SEGRETARIO GENERALE
(Dott. Claudio UCCELLETTI)

Copia per

SETTORE ATTIVITA' ARTISTICO-SPORTIVE prot.n. _____

SETTORE GESTIONE ECONOMICA prot.n. _____

SETTORE _____ il 843 prot. n. _____

Revisori dei Conti il 15.3.10 prot. n. _____

Nucleo di Valutazione il _____ prot. n. _____

☒ Conferenza dei Capigruppo il _____ prot.n. _____

ALLEGATO "B"**IDENTIFICAZIONE DELL'EVENTO**

1. Nome **BAB FESTIVAL –**
FESTIVAL INTERNAZIONALE DEI BURATTINI E DELLE MARIONETTE.
VII edizione Giugno 2010

2. Ente pubblico realizzatore/Beneficiario

Ente **PROVINCIA DI BENEVENTO**

Indirizzo (Civico, CAP, Località) **Rocca dei Rettori, Piazza Castello, 1, 82100 Benevento**

Telefono **0824.774111/0824.774647**

FAX **0824.319510**

E-Mail **assessorato.cultura@provinciabenevento.it**

3. Localizzazione dell'intervento Benevento, Montesarchio, Guardia Sanframondi, Limatola.

4. Costo dell'intervento

TOTALE 148.000,00 (CENTOQUARANTOTTOMILA/00), di cui :

Finanziamento richiesto
alla Regione 100.000,00 (centomila/00)

Altre Risorse pubbliche 32.000,00 (trentaduemila/00)

Risorse pubbliche e/o private 16.000,00 (sedicimila/00)

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

DESCRIZIONE E CARATTERISTICHE DELL'INTERVENTO

1. Descrizione dell'intervento - finalità - obiettivi

Tra le attività di promozione turistico-culturale che l'ente Provincia e, nello specifico, l'assessorato al ramo, si propone di realizzare per la prossima stagione c'è la promozione e diffusione del teatro di figura e delle arti figurative attraverso l'organizzazione di rassegne e festival sul tema specifico. Negli anni 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 e 2009 è stato organizzato con il contributo dell'Ente Provincia in Benevento il B.a.B festival (Burattini a Benevento), festival internazionale di burattini e marionette che ha riscosso enorme successo, con una partecipazione sempre crescente di pubblico non solo cittadino.

Da qui l'idea, dopo sei edizioni stabili, di dare una veste ITINERANTE al festival internazionale di teatro di figura. Un festival legato da una parte a **spettacoli di antica tradizione**, dall'altra attento a forme e contenuti nuovi, ad allestimenti che usino linguaggi innovativi e/o commistioni di linguaggi ed articolato in più percorsi, rivolto sia ai bambini che agli adulti, potesse avere successo, vita e dignità propria sempre crescente.

Il progetto è incentrato sul recupero e la valorizzazione della storia e della tradizione della Campania, in particolar modo del teatro di figura (burattini, marionette, pupi, ombre e tutto ciò che privilegia in genere il movimento ed i gesti rispetto alla parola) ponendo in una sorta di competizione le tre grandi macroaree in cui viene solitamente divisa l'Italia: nord, centro e sud.

Non si dimentichi, inoltre, che seppur l'origine dei burattini è antichissima, soltanto dalla seconda metà del Cinquecento - quindi siamo agli albori della civiltà Barocca - con la nascita della Commedia dell'Arte questo spettacolo rifiorisce, le compagnie di burattinai a volte anticipavano quelle d'attore facendo conoscere al pubblico le maschere di Arlecchino, Brighella, Pantalone, il Dottore, il Capitano, Tartaglia e soprattutto Pulcinella. Con quest'ultimo si definisce la tecnica di strada delle Guarattelle. Pulcinella si naturalizza in tutti i paesi in cui si presenta divenendo Punch in Inghilterra, Polichinelle

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

a Parigi, Don Roberto in Portogallo, Don Cristobal in Spagna, Petruska in Russia.

La piazza resterà, fino ai primi decenni dell'Ottocento lo spazio scenico ideale per questo spettacolo.

Il progetto del BAB FESTIVAL si pone anche come obiettivo la promozione presso i più giovani della riscoperta del patrimonio storico-culturale-folkloristico della nostra regione, cercando di favorire al contempo l'incremento delle dinamiche turistiche e degli arrivi in terra sannita. Per centrare queste finalità, sarà data priorità nella scelta delle formazioni a quelle compagnie che privilegino il recupero della tradizione sia essa napoletana, siciliana, emiliana o lombarda o di altri paesi del mondo intero.

Rispetto, quindi alle passate esperienze, dalla primavera 2010 si è inteso allargare l'ambito geografico del Festival, puntando non solo sulla città capoluogo, Benevento ma anche sui alcuni dei centri storici più suggestivi del Sannio: Limatola, Guardia Sanframondi e Montesarchio.

Una scelta dettata dall'opportunità di "toccare" in tal modo l'intero territorio provinciale (Alto Tammaro, Valle Caudina, Valle Telesina e Titerno, città capoluogo con colline beneventane) e di assorbire così anche quei flussi di turisti e visitatori che non si indirizzano solo verso la città di Benevento.

Questo binomio, riscoperta delle tradizioni e valorizzazione del patrimonio storico-architettonico della provincia di Benevento, rappresenta il fulcro sul quale si costruirà la settima edizione del:

BAB Festival

"Festival Internazionale dei Burattini e delle Marionette"

In linea generale la manifestazione è da calendarizzare nel periodo 18 - 27 giugno 2010.

L'evento quindi prevede una struttura che può essere così sintetizzata:

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

TEATRO DI STRADA

LABORATORIO TEATRALE E DI MARIONETTE

SPETTACOLI DI MARIONETTE

SPETTACOLI DI BURATTINI

MOSTRA ESPOSIZIONE.

Le finalità e gli obiettivi di questa nuova edizione sono molteplici. In sintesi:

1. Contribuire ad una significativa crescita dei flussi turistici, a partire dalla necessità valorizzare un territorio più vasto ed ricco di storia che non è solo la città di Benevento ma che invece trova anche nei centri minori momenti di qualificata attrazione.
2. Valorizzare e promuovere i tesori storico-architettonici e culturali unici che ospiteranno gli eventi della manifestazione. Infatti, tutti i centri storici si presentano ancora intatti nella loro struttura urbanistica.
3. Infine, il progetto **UNICO NEL SUO GENERE NEL PANORAMA REGIONALE**, punta anche, alla riscoperta delle tradizioni culturali e folkloristiche del territorio regionale.

2. Mercato nazionale/internazionale di riferimento

I mercati cui si rivolge il progetto sono quelli del turismo regionale, nazionale ed internazionale. Infatti, il perseguimento dello scopo di promuovere l'immagine della Campania e delle sue risorse artistiche, naturali e culturali, sui mercati nazionali ed internazionali, comporta una serie di benefici effetti su differenti mercati/settori:

- sul mercato turistico attraverso il potenziamento dei flussi verso la Campania provenienti sia dall'Italia che dall'estero;

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

- sul settore dell'accoglienza, attraverso una migliore coesione interna degli operatori ad esso appartenenti che potrebbe portare alla realizzazione di iniziative congiunte volte alla valorizzazione ed alla promozione dei prodotti tipici campani in Italia e all'estero;
- sul settore dei beni culturali attraverso la valorizzazione del patrimonio esistente.

In termini specifici, quindi, la realizzazione del progetto porrà le basi per l'apertura turistica del territorio ai mercati nazionali ed internazionali di riferimento, con ripercussioni importanti anche su settori affini che risentiranno positivamente dei benefici effetti di medio-lungo termine legati al progetto.

3. Luogo di svolgimento – Locations

BENEVENTO (CENTRO STORICO)

MONTESARCHIO (CENTRO STORICO)

LIMATOLA (CENTRO STORICO)

GUARDIA SANFRAMONDI (CENTRO STORICO)

4. Date di svolgimento degli eventi

GIUGNO 2010 - dal 18 al 27

Palinsesto e programma dettagliato

Martedì 15 Giugno 2010

Aula Consiliare di Rocca dei Rettori – **BENEVENTO**

ore 11.00 conferenza stampa di presentazione della VII edizione del BAB FESTIVAL

venerdì 18 Giugno 2010

Piazza Mercato – MONTESARCHIO

ore 19.30 Tony Clifton Circus “ Rabbit “

ore 22.30 Diego Stirman “ Entremets “ **ore 22.30**

Piazza Carlo Poerio– MONTESARCHIO

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

ore 20.00 Paolo Valenti in "PINOCCHIO VARIETA"
 ore 21.15 Brujeras de Papel "storie del color della terra"
 ore 22.15 Teatrino Giullare in Serenate

Sabato 19 Giugno 2010

Piazza Castello – **GUARDIA SANFRAMONDI**

ore 18.30 Laura e Jimmy " Giovannin senza paura"
 ore 19.00 Vita Marcika " Biancaneve "
 ore 19.30 los titiriteros de Binefar in La fabula de la reposa
 ore 21.00 Karromoto " Circo di legno "
 ore 22.30 Konrad Fredericks "mr. punch "

domenica 20 Giugno 2010

Piazza Manente – **LIMATOLA**

ore 21.00 Tukitrek " Jukebox "
 ore 22.00 Gianluca di Matteo "Guarattelle
 ore 23.00 La Santa Rodilla "Manologias

Piazzetta Pozzo – **LIMATOLA**

Ore 21.00 – 23.00 Lejo "hands up "

Giovedì 24 Giugno 2010

Hortus Conclusus - **BENEVENTO**

ore 21.00 Inaugurazione Jordi Bertran " Antologia "

Venerdì 25 Giugno 2010

Piazza Santa Sofia - **BENEVENTO**

dalle 17.00 alle 20.00 Laboratorio di costruzione burattini e...Orologio Cuccurucu

ore 20.15 Marionetas Apokellen " El pintor, la calle y el perro"
 ore 20.45 Marivelas "el circo"
 ore 21.00 Melarancio "Famelico lupo "
 ore 22.20 Paz Tatay "La muerte de don Cristobal "
 ore 23.30 Le due e un quarto "Retrò "

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

Hortus Conclusus - **BENEVENTO**

ore 20.00 La Capra Ballerina "la fata e il carbonaio"
 ore 20.20 - 21.10 - 22.10 " Mikropodium " Stop
 ore 21.00 Jordi Bertran "Antologia"
 ore 22.00 Marionetas Apokellen " La vida dipende de un hilo"
 ore 22.30 Salvatore Gatto " Pulcinella 500 anni portati bene "
 ore 23.30 Marivelas " Timbrami per un ora almeno "

Galleria Bosco - **BENEVENTO**

Esposizione del maestro Salvatore Troiano "lassammo fà Dio"

ore 20,00 Irene Vecchia "Bagatti e bagattelle"
 ore 23,00 Pep e Mina "Cabaret de papel"

Corso Garibaldi - **BENEVENTO**

dalle 19.00 alle 22.30

Angelo Miraglia "frizzi, lazzi e... botte da pazzi
 Tullio Gatto "Bagatti e bagattelle"
 I nipoti di Bernardone "Circus"
 Baracca & Bretella " il duo con un terzo "
 Marionetas Apokellen " La recicleta"
 Irene Vecchia " 'e guarattelle "
 Selvaggia Filippini
 La compagnia dei trampolieri
 La scuola di guarattelle
 Salvatore Mattaccino
 Il Capitano
 Barbara Lombardi "le guarattelle

Sabato 26 Giugno 2010

Piazza Santa Sofia - **BENEVENTO**

dalle 17.00 alle 20.00 Laboratorio di costruzione burattini e...Orologio Cuccurucu

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

ore 20.15 Marionetas Apokellen " El pintor, la calle y el perro"
 ore 20.45 Marivelas "el circo"
 ore 21.00 Melarancio "Famelico lupo "
 ore 22.20 Paz Tatay "La muerte de don Cristobal "
 ore 23.30 Le due e un quarto "Retrò "

Hortus Conclusus - **BENEVENTO**

ore 20.00 La Capra Ballerina "la fata e il carbonaio"
 ore 20.20 - 21.10 - 22.10 " Mikropodium " Stop
 ore 21.00 Jordi Bertran "Antologia"
 ore 22.00 Marionetas Apokellen " La vida dipende de un hilo"
 ore 22.30 Salvatore Gatto " Pulcinella 500 anni portati bene "
 ore 23.30 Marivelas " Timbrami per un ora almeno "

Galleria Bosco - **BENEVENTO**

Esposizione del maestro Salvatore Troiano "lassammo fà Dio"

ore 20,00 Irene Vecchia "Bagatti e bagattelle"
 ore 23,00 Pep e Mina "Cabaret de papel"

Corso Garibaldi - **BENEVENTO**

dalle 19.00 alle 22.30

Angelo Miraglia "frizzi, lazzi e... botte da pazzi
 Tullio Gatto "Bagatti e bagattelle"
 I nipoti di Bernardone "Circus"
 Baracca & Bretella " il duo con un terzo "
 Marionetas Apokellen " La recicleta"
 Irene Vecchia " 'e guarattelle "
 Selvaggia Filippini
 La compagnia dei trampolieri
 La scuola di guarattelle
 Salvatore Mattaccino
 Il Capitano
 Barbara Lombardi "le guarattelle"

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

Domenica 27 Giugno 2010

Piazza Santa Sofia - BENEVENTO

dalle 17.00 alle 20.00 Laboratorio di costruzione burattini e...Orologio Cuccurucu

ore 20.15 Marionetas Apokellen " El pintor, la calle y el perro"

ore 20.45 Marivelas "el circo"

ore 21.00 Melarancio "Famelico lupo "

ore 22.20 Paz Tatay "La muerte de don Cristobal "

ore 23.30 Le due e un quarto "Retrò "

Hortus Conclusus - BENEVENTO

ore 20.00 La Capra Ballerina "la fata e il carbonaio"

ore 20.20 - 21.10 - 22.10 " Mikropodium " Stop

ore 21.00 Jordi Bertran "Antologia"

ore 22.00 Marionetas Apokellen " La vida dipende de un hilo"

ore 22.30 Salvatore Gatto " Pulcinella 500 anni portati bene "

ore 23.30 Marivelas " Timbrami per un ora almeno "

Galleria Bosco - BENEVENTO

Esposizione del maestro Salvatore Troiano "lassammo fà Dio"

ore 20,00 Irene Vecchia "Bagatti e bagattelle"

ore 23,00 Pep e Mina "Cabaret de papel"

Corso Garibaldi - BENEVENTO

dalle 19.00 alle 22.30

Angelo Miraglia "frizzi, lazzi e... botte da pazzi

Tullio Gatto "Bagatti e bagattelle"

I nipoti di Bernardone "Circus"

Baracca & Bretella " il duo con un terzo "

Marionetas Apokellen " La recicleta"

Irene Vecchia " 'e guarattelle "

Selvaggia Filippini

La compagnia dei trampolieri

La scuola di guarattelle

Salvatore Mattaccino

Il Capitano

Barbara Lombardi "le guarattelle"

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

6. Cast artistico

Jordi Bertran

Sono passati quasi trent'anni dal lontano 1977, anno in cui Jordi Bertran conobbe un gruppo di burattinai di Barceloneta, il gruppo Taller de Marionetas, diretto da Pepe Ota che gli fece conoscere il potere di fascinazione e la capacità di comunicare del teatro di figura. Solo nell'87 Bertran creerà una compagnia tutta sua (oggi è una delle più prestigiose compagnie europee), con spettacoli rivolti soprattutto a un pubblico adulto in cui innovazione e poesia rappresentano i riferimenti più rappresentativi. Ha partecipato ai più importanti festival di arte scenica del mondo: il riconoscimento della critica e del pubblico si è tradotto in moltissimi premi internazionali, in particolare per la qualità artistica di Antologia, lo spettacolo che Bertran porta a Burattinarte 2004

Vladimir Zakharov

Vladimir Zakharov, fondatore e attore della compagnia di teatro di figura 2Ky di Tomsk, in Russia, ha cominciato il suo lavoro come burattinaio costruendo burattini e creando scenografie per altre compagnie. Nel 1991 ha fondato un teatro tutto suo, il teatro familiare 2+Ky per realizzare e sperimentare una sua geniale invenzione, il burattino da polso, una nuova tecnica di costruzione dei burattini; da questo lavoro, nei successivi sette anni, sono scaturiti quattro nuovi spettacoli, ampiamente rappresentati in tutta la Russia e all'estero. Alla fine degli anni '90 Zakharov comincia a sviluppare dei burattini meccanici manipolati elettronicamente. La loro indipendenza dal burattinaio e gli elementi di scelta casuale (random choice) nella loro programmazione danno l'impressione che siano creature viventi e aggiungono espressività allo spettacolo. Ecco da quali esperienze, nel 2005, è nato l'ultimo spettacolo, The story of one puppet, che combina tra di loro tutte queste nuove tecniche. The story of one puppet.

Adrian Bandirali

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

Adrian Bandirali è un burattinaio nato in Argentina che ha iniziato la sua attività teatrale nel 1985 a Buenos Aires, creando la compagnia "Los Tiritiriteros" e producendo altri spettacoli in collaborazione con Laura Romera e Marcelo Peralta.

Dopo tre anni è partito per l'Europa, dove si è incorporato alla compagnia "Bululu Teatre" di Horacio Peralta lavorando nella creazione dell'opera "Boris, le magicien", presentato al "Festival Mondial de Marionettes de Charleville-Mezieres", al "Festival Internationale du Marionettes et Figure Animees de Cannes" ed infine al "Teatro Masallia" di Marsiglia.

Finita questa esperienza si dedica per due anni all'attività artistica di strada, facendo base a Monaco di Baviera e girando tutta Europa; suoi spettacoli sono stati visti in Olanda, Belgio, Spagna, Portogallo, Francia, Irlanda, Danimarca, Repubblica Ceca, Slovenia e in America, in Argentina, Uruguay, Cile, e per ultimo negli Stati Uniti.

Dal 1991 è arrivato in Italia dove ha continuato a presentare i suoi spettacoli in tutte le città italiane. Nei Festival di Teatro di Strada e nelle Rassegne di Teatro di Burattini e Figure. Tra l'altro ha collaborato con Canale 5 in Germania e nel '96 al programma Solletico di Rai 1 per tre mesi. Il suo spettacolo è un contenitore infinito e sempre aperto di storie che man mano si aggiungono. Pezzi brevi poetici, ironici, a volte duri, che costringono alla risata tentando in ogni caso di elevare i sentimenti. I suoi referenti nel teatro della marionetta sono Obratzov, Javier Villafañe, Laura Romera e Horacio Peralta. Antidoto Lento è una compagnia di Teatro con Burattini, moderna e autenticamente di strada.

Brujeras de Papel

Maria Teresa Trentin (Italia) ed Edwin Salas Acosta (Messico-Costa Rica) si conoscono ed uniscono le loro esperienze e le loro idee in Messico nel 1998 dove girano con uno spettacolo e tengono dei laboratori in zone indigene e povere del paese. Insieme nel 2000, in Italia, fondano l'Associazione Culturale "Brujeras de Papel", la quale opera nel campo del Teatro di Figura. Ogni spettacolo è quel momento magico dove prendono vita marionette a filo e da tavolo seguendo la linea fantastica di situazioni farsesche ed atmosfere vivaci e surreali accompagnate da tocchi di umorismo onirico. Gli attori sono a vista e trasmettono energia ed emozioni ai personaggi, che pur essendo in legno, hanno una loro anima ed una personalità

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

definite in uno spirito nato dalla unione di esperienze diverse e dalla singolare congiunzione di due mondi, che caratterizza ed identifica le produzioni della compagnia. In questi ultimi anni la compagnia ha partecipato a numerosi festival internazionali e a diverse rassegne in Italia, Spagna, Francia, Messico, Nicaragua, Costa Rica, Colombia, Cuba e Taiwan. "Brujeras de Papel" si traduce con "Stregonerie di Carta" proprio per stregare grandi e bambini e per condurli nell'infinito mondo racchiuso nel breve spazio di una messa in scena.

7. Direttore Artistico

Luca TINESSA (vedi CV allegato 1)

8. Coerenza del progetto con l'idea forza della Stagione "Ritorno al Barocco"...e non solo.

La coerenza del progetto si fonda su due elementi cardini: la partecipazione - come attori e fruitori - di un pubblico di giovani e giovanissimi non solo campani e l'esplorazione di diversi linguaggi artistici. Su questo binario s'innesta il progetto del *"BAB Festival, Festival Internazionale dei Burattini e delle Marionette"* che al di là di un target più specifico - giovani e giovanissimi - si rivolge prioritariamente ad un pubblico demograficamente e socialmente eterogeneo.

Come indicato in premessa, il teatro di figura (burattini, marionette, pupi, ombre e tutto ciò che avvantaggia in genere il movimento ed i gesti rispetto alla parola) seppur con ha un'origine antichissima, soltanto dalla seconda metà del Cinquecento in poi - quindi agli albori della civiltà Barocca - con la nascita della Commedia dell'Arte rifiorisce. Le compagnie di burattinai a volte anticipavano quelle d'attore facendo conoscere al pubblico le maschere di Arlecchino, Brighella, Pantalone, il Dottore, il Capitano, Tartaglia e soprattutto Pulcinella. Con quest'ultimo si definisce la tecnica di strada delle Guarattelle. Pulcinella si naturalizza in tutti i paesi in cui si presenta divenendo Punch in Inghilterra, Polichinelle a Parigi, Don Roberto in Portogallo, Don Cristobal in Spagna, Petruska in Russia.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

Pertanto, anche gli allestimenti che saranno realizzati avranno cura ed attenzione verso questo specifico periodo storico.

9. piano di comunicazione dell'evento – descrizione

Il piano della comunicazione è stato articolato in funzione delle azioni e dei mezzi da mettere in campo per ottimizzare gli interventi di promozione dell'evento (VEDI ALLEGATO 2)

10. Piano Marketing – Attività di veicolazione dell'offerta con il coinvolgimento degli operatori turistici

Il piano marketing della VII edizione del “BAB FESTIVAL” punta all'integrazione operativa di una serie di soggetti attivi nella filiera turistica e dell'accoglienza. In particolare, gli uffici comunali attraverso l'istituzione di un TAVOLO del TURISMO concerterà con gli operatori locali (Alberghi, Bed and Breakfast, Affittacamere, Ristoranti, Artigiani, Agenzie di Viaggio, Associazione Culturali) un percorso condiviso per la promozione e la valorizzazione di un pacchetto turistico univoco.

In particolare, quindi, si stabilirà un arco temporale (che precede e segue il periodo della manifestazione) nel quale il turista-visitatore potrà soggiornare nei comuni interessati dagli eventi a condizioni vantaggiose senza che, al contempo, venga meno il livello qualitativo dell'offerta. Sarà opportuno, inoltre, far interagire questo pacchetto turistico con la comunicazione complessiva della manifestazione in modo da garantire una maggior veicolazione dell'offerta turistica.

11. Cronogramma dell'evento

Nel diagramma di Gantt sono indicate in maniera distinta le fasi che compongono il progetto e la successione temporale delle diverse attività (rispettivamente le prime lungo l'asse verticale, la seconda su quello orizzontale). Il diagramma indica un tempo totale minimo necessario per il progetto pari a 4 mesi.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

	Descrizione	MAR	APR	MAG	GIU	LUG
Attività 1	Pianificazione delle azioni di progetto e coinvolgimento soggetti del territorio					
Attività 2	Definizione agenda artisti e sopralluoghi tecnico-organizzativi.					
Attività 3	Allestimenti ed accoglienza					
Attività 4	Realizzazione delle attività gestionali ed organizzative					
Attività 5	Organizzazione dei singoli progetti artistico-culturali					
Attività 6	Comunicazione e promozione					
Attività 7	Rendicontazione e valutazione risultati					

ANALISI DELLA DOMANDA

12. Capacità dell'evento di attrarre significativi flussi turistici

La realizzazione della progettualità potrà sviluppare nell'immediatezza dell'evento una concreta capacità attrattiva – sempre che ci sia una calibrata azione promozionale e di comunicazione a supporto – di flussi turistici regionali e nazionali. In particolare, considerato che gli eventi programmati si svilupperanno in un periodo poco interessato da flussi turistici, occorrerà riuscire ad “allungare” la presenza del turista-visitatore che interessato all'offerta culturale e di intrattenimento si senta invogliato a sostare utilizzando la ricettività presente nel comune caudino e nei centri limitrofi.

In linea di principio, come sopra accennato, la qualità del progetto e la sua temporalità potrebbero rappresentare il miglior attrattore per calamitare sia nelle location interessate direttamente all'evento e sia nei luoghi circostanti dei flussi di visitatori e turisti che possono poi incidere positivamente in termini complessivi sul saldo degli arrivi stagionali.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

13. Tipologia dei destinatari

La segmentazione del target che si vuole raggiungere con l'offerta progettuale consta almeno di due grandi macro-aree. La prima, è costituita da un pubblico sostanzialmente di giovanissimi, **compreso in una fascia d'età dai 5 ai 12 anni**. Inoltre, accanto a questo segmento anagrafico, se ne aggiunge un secondo che riguarda un pubblico più maturo – **ricompreso in una fascia anagrafica dai 40 ai 60 anni** - attento e potenzialmente interessato per vocazione o per consapevole scelta sia alla qualità dell'offerta culturale proposta nel programma e sia alla conoscenza di luoghi storici unici. Quindi, in tal caso, il progetto culturale vede quali suoi destinatari principali diverse tipologie di pubblico.

14. Priorità dell'intervento per il territorio

Le potenzialità delle risorse storico-architettoniche, paesaggistiche ed enogastronomiche della provincia di Benevento rappresentano un indubbio vantaggio localizzativo per impostare una strategia di sviluppo turistico o per rivitalizzare l'offerta preesistente. Presupposto è che il territorio debba seguire la propria vocazione competitiva facendo leva su quell'insieme di risorse e competenze che ne costituiscono i fattori di eccellenza, intese rispettivamente come stock di fattori materiali e immateriali di cui si può disporre e come capacità di utilizzarli per raggiungere specifici risultati.

Il territorio sannita, tra le altre province campane è ancora la cenerentola in termini di attrattività dei flussi turistici, anche se negli ultimi due anni sono stati registrati incoraggianti segnali di ripresa e di attenzione.

Questo processo virtuoso, determinato da diversi fattori – si pensi al turismo religioso e termale, deve poter essere sostenuto con ulteriori interventi qualitativi che riescano a determinare un incremento degli arrivi ed un parallelo incremento della permanenza media degli stessi.

Per conseguire questo obiettivo è necessario migliorare ed armonizzare anche l'offerta culturale esistente ed il progetto *"BaB Festival"* intende raccogliere questa ambiziosa sfida.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

FATTIBILITÀ FINANZIARIA

15. Quadro economico dell'intervento

Il progetto esecutivo prevede una serie di costi riassunti nel quadro sotto indicato

Quadro economico generale BAB FESTIVAL FESTIVAL INTERNAZIONALE DEI BURATTINI E DELLE MARIONETTE					
N° ordine	Descrizione	Unità di misura	Costo unitario	Quantità	Totale
a)	PERSONALE/CONSULENTI ADIBITI AD ATTIVITA' DI ASSISTENZA TECNICA (IVA ed oneri previdenziali inclusi)				
1	Personale adibito ad attività di assistenza tecnica ed organizzativa	a corpo	€ 13.000,00	1	€ 13.000,00
	TOTALE a)				€ 13.000,00
b)	TRASFERTE PER IL PERSONALE ED I CONSULENTI				
1	Trasferite, vitto e alloggio per il personale, i consulenti e gli artisti	a corpo	€ 10.000,00	1	€ 10.000,00
	TOTALE b)				€ 10.000,00
c)	COSTI DI ORGANIZZAZIONE				
3	Produzione spettacoli teatro di figura	a corpo	€ 27.500,00	1	€ 27.500,00
4	cachet compagnie di teatro di figura	a corpo	€ 50.000,00	1	€ 50.000,00
5	Spazi publiredazionali su quotidiani, periodici e riviste e manifesti, locandine, brochure ed inviti	a corpo	€ 16.666,67	1	€ 16.666,67
	TOTALE c)				€ 94.166,67
d)	ALTRE CONSULENZE (IVA ed oneri previdenziali inclusi)				
1	Direttore tecnico	a corpo	€ 6.000,00	1	€ 6.000,00
2	Curatore artistico	a corpo	€ 6.000,00	1	€ 6.000,00
	TOTALE d)				€ 12.000,00
QUADRO ECONOMICO RIEPILOGATIVO					
a)	PERSONALE/CONSULENTI ADIBITI AD ATTIVITA' DI ASSISTENZA TECNICA, ECC.				€ 13.000,00
b)	TRASFERTE PER IL PERSONALE ED I CONSULENTI				€ 10.000,00
c)	COSTI DI ORGANIZZAZIONE				€ 94.166,67
d)	ALTRE CONSULENZE				€ 12.000,00

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

h)	IVA 20% su voci c)	€ 18.833,33
TOTALE PROGETTO		€ 148.000,00

RIEPILOGO PIANO DELLE ENTRATE

CONTRIBUTO A CARICO DELLA REGIONE	€ 100.000,00
COFINANZIAMENTO PROVINCIA BENEVENTO E PARTNERS PUBBLICI E/O PRIVATI	€ 48.000,00
TOTALE COMPLESSIVO IVATO	€ 148.000,00

16. Altre risorse finanziarie (Entità e tipologia finanziamento; risorse pubbliche e private)

Accanto alla quota parte richiesta e concessa dalla Regione Campania, nella misura massima del 70% dell'importo complessivo, saranno necessarie altre risorse da destinare alla realizzazione del progetto. In particolare, questa seconda quota sarà ottenuta mediante la partecipazione dell'ente proponente e realizzatore della manifestazione, quindi l'Amministrazione Provinciale di Benevento e di altri enti pubblici territoriali nella misura complessiva di circa il 20% del totale complessivo. Mentre la restante parte dei fondi, pari ad un ulteriore 10%, necessari saranno recuperati mediante la partecipazione di soggetti privati - ai quali potrà essere richiesto sia un contributo a sostegno ovvero un contributo in servizi che incida direttamente sulle voci di costo del progetto. In totale, quindi, riassumendo, le quote di partecipazione sono così suddivise:

- a. Intervento regionale pari e non superiore al 70%
- b. Intervento provinciale e altri enti pubblici pari e non superiore al 20%
- c. Intervento privato pari al 10%

17. Analisi finanziaria dell'evento, con particolare riferimento a quanto disposto dall'art. 55 del Reg. CE 1083/2006

Un'analisi finanziaria dell'evento, sulla base delle indicazioni del Reg. CE 1083/2006 recante disposizioni generali sul Fondo europeo di sviluppo regionale, deve tener conto della

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

capacità del progetto di generare entrate nel breve e nel medio periodo. Nel breve, di certo, la realizzazione del progetto contribuirà ad incrementare il monte complessivo della spesa nei settori della ristorazione e dell'accoglienza (alberghiero - fittacamere in genere, bar) e del comparto ricettivo in genere. Così come, un incremento della spesa sarà registrata nel settore commercio.

In prospettiva, considerato anche gli afflussi degli anni precedenti, si può stimare che la manifestazione riuscirà a calamitare la presenza di circa 20.000/25.000 persone che altrimenti non frequenterebbero le aree interne della regione e nello specifico le location che ospiteranno gli eventi nei giorni di programmazione degli stessi.

Pertanto, è chiaro che questa previsione possa poi determinare una ricaduta economica nei settori interessati.

Mentre, nel medio periodo, la ricaduta sul territorio è legata alla capacità poi di riproporre negli anni successivi progetti qualitativamente simili. Qualora dovesse generarsi questo circolo virtuoso, sarebbe più semplice riuscire a determinare la reale incidenza dei flussi turistici interessati alla programmazione provinciale e regionale sull'andamento generale del settore turistico.

RISULTATI ATTESI

18. Risultati attesi

I risultati che si intendono raggiungere attraverso la realizzazione del progetto sono strettamente correlati con quanto precedentemente descritto negli obiettivi. In particolare, il progetto permetterà di accrescere i flussi turistici in connessione con una maggiore fruibilità del patrimonio culturale ed ambientale e con l'attivazione di centri di attrazione, promozione e di servizio che producono un rafforzamento di alcune componenti dell'offerta, strategiche per lo sviluppo del turismo. Inoltre, come più volte precisato, considerato la tendenza a visitare le località interne della regione soltanto per pochi giorni, l'obiettivo più generale che si vuole raggiungere è anche l'incremento della permanenza media, invertendo il trend del soggiorno giornaliero. Per far ciò, si è inteso calendarizzare gli eventi nell'arco complessivo

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

di poco più di una settimana a partire dalla seconda metà del mese di giugno 2010. Infine, a nostro avviso, la realizzazione della manifestazione, visto anche il riscontro ottenuto negli anni precedenti, potrebbe incontrare il favore, prima, e la soddisfazione, poi, del turista, nella sua dimensione di visitatore abituale interessato alla complessità dell'offerta culturale, così come nella sua veste di visitatore consapevole attratto unicamente dalla qualità del progetto. Questa aspettativa è fondata sui due elementi principali:

1. *BaB Festival, Festival Internazionale dei Burattini e delle Marionette* è una manifestazione unica nel suo genere in Campania, anzi, forse nell'intero panorama nazionale;
2. la qualità degli artisti partecipanti rappresenta di per sé un attestato di garanzia di successo..

Una schematizzazione strumentale dei risultati che s'intendono realizzare è la seguente:

- Condivisione di strategie innovative di sviluppo locale.
- Sperimentazione concreta di nuovi approcci metodologici nella valorizzazione e gestione dei nostri centri storici più importanti.
- Creazione e sviluppo di reti tra gestori e responsabili dell'offerta turistica.
- Sviluppo di nuovi partenariati pubblico-privati, locali per la valorizzazione del patrimonio storico e culturale della provincia di Benevento.
- Sensibilizzazione degli attori e del pubblico.
- Aumento del livello di servizio in termini di offerta di *leisure* con incremento dell'attrattività e competitività dell'area.
- Creazione di un'offerta turistica multi-prodotto e multi-motivazione.
- Incremento della permanenza media.
- Miglioramento della qualità e della sostenibilità delle attività turistiche

La realizzazione della manifestazione comporterà nel tempo la promozione della nostra provincia e del suo vasto patrimonio paesaggistico e storico in ambito internazionale; nell'immediato genererà una promozione a livello nazionale della Regione Campania e della

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

provincia di Benevento nonché un afflusso di turisti ed addetti ai lavori attratti dall'evento che nell'immediato comporterà un aumento del volume di affari degli operatori alberghieri, dei ristoratori e dei commercianti locali.

IMPATTI SOCIO-ECONOMICI ATTESI

18. Quantificazione e stima degli impatti attesi :

La realizzazione del progetto, così come delineato nelle sue caratteristiche essenziali, potrà determinare una serie di effetti socio-economici rilevanti. Innanzi tutto, nel rispetto delle procedure di pubblica evidenza, sulla scorta di attività precedentemente realizzate, si interpellaranno tutte quelle professionalità attive ed operanti sul territorio regionale. Quindi, sia nella fase dell'acquisizione di beni strumentali necessari all'organizzazione della manifestazione, sia in quella dell'acquisizione delle forniture, si cercherà di interessare ditte e professionisti locali. In modo tale da garantire l'attivazione di una sicura ricaduta economico sul territorio. Ancora, poi, per la ricerca e copertura dei ruoli operativi si cercherà di seguire la medesima impostazione. Certi anche che il coinvolgimento di soggetti locali possa contribuire poi ad una loro continua formazione e professionalizzazione. Non di meno, poi, risultati attesi riguardano tutta la filiera ricettiva del turismo stagionale: alberghi, bar, ristoranti, locali notturni, esercizi commerciali, lidi, etc.

La quantificazione e la stima di questi potenziali benefici è possibile circoscriverla in una percentuale complessiva pari al 15% dell'investimento totale del progetto.

Firma del beneficiario/ realizzatore dell'evento

PIANO COMUNICAZIONE

*"BAB FESTIVAL
Festival Internazionale dei Burattini e delle Marionette
VII Edizione Giugno 2010"*

ALLEGATO 2 - Scheda progettuale

SOMMARIO

1. Obiettivi del Piano di Comunicazione

1.1 Gli obiettivi di marketing e comunicazione

2. Analisi di marketing dello scenario

2.1 Segmentazione del target

3. Le azioni e gli strumenti di comunicazione previsti

3.1. Immagine e design degli aspetti intangibili

3.2. L'identità visiva.

4. Gli strumenti

4.1. I manifesti e le locandine

4.2 I poster cartacei f.to 6x3 mt.

4.3. Annunci su quotidiani

4.4. Dépliant

4.5. Il sito web

4.6. La segnaletica stradale

4.7. Presentazione multimediale e conferenze stampa

5. La fase di produzione e diffusione

5.1. La pianificazione

6. Costi stimati per le attività e produzioni indicate.

6.1. Strumenti di base e propedeutici

PIANO COMUNICAZIONE

"BAB FESTIVAL Festival Internazionale dei Burattini e delle Marionette VII Edizione Giugno 2010"

ALLEGATO 2 – Scheda progettuale

1. Obiettivi del Piano di Comunicazione

1.1. Gli obiettivi di marketing e comunicazione

Il progetto in questione punta a promuovere e valorizzare il vasto patrimonio storico-architettonico, culturale e religioso della provincia di Benevento ed in particolare quello della Città di Benevento, di Guardia Sanframondi e di Montesarchio e di Limatola.

Gli obiettivi da raggiungere sono, da un lato mediante il rafforzamento dell'immagine complessiva del territorio e della sua offerta culturale e, dall'altro, fornire un concreto supporto alla qualificazione e diversificazione dell'offerta ricettiva nella sua complessità.

In questa direzione l'Amministrazione Provinciale di Benevento ha già messo in piedi azioni ed iniziative importanti tese alla valorizzazione delle proprie ricchezze e peculiarità.

Gli eventi chiave dell'iniziativa

La comunicazione, deve far riferimento alle specifiche finalità che il progetto-evento si prefigge e sarà utile, anche in questa sede, ricordarle in forma sintetica.

Le iniziative programmate sono:

TEATRO DI STRADA

LABORATORIO TEATRALE E DI MARIONETTE

SPETTACOLI DI MARIONETTE

SPETTACOLI DI BURATTINI

MOSTRA ESPOSIZIONE

Inoltre, il Piano della Comunicazione, in senso ampio, si pone come obiettivi più generali:

- Sensibilizzare l'opinione pubblica sul ruolo svolto dall'evento ed accrescere il rapporto

PIANO COMUNICAZIONE

"BAB FESTIVAL Festival Internazionale dei Burattini e delle Marionette VII Edizione Giugno 2010"

ALLEGATO 2 – Scheda progettuale

sinergico con il territorio;

- Rafforzare l'immagine del territorio e delle sue specificità paesaggistiche e storiche;
- Costruire un'immagine omogenea coerente e facilmente identificabile di questo progetto e il suo legame con il territorio;
- Valorizzare il ruolo attivo degli operatori territoriali della filiera ricettiva;
- Affermare un network di relazioni e di consensi che agisca consapevolmente per la riuscita del progetto.

2.1. Segmentazione del target

Per raggiungere esattamente il pubblico e comunicare loro gli obiettivi evidenziati in precedenza, si farà ricorso a tecniche di segmentazione che possono essere di varia natura. Certo è che non si può parlare a tutto il pubblico nello stesso modo, la struttura sociale è fatta di individui differenziati, dall'età, dai gusti, dalle abitudini di consumo, dalle preferenze culturali completamente diverse; il tentativo di individuare dunque gruppi omogenei e considerarli globalmente è già una forte mediazione.

Da una prima scrematura dei target del progetto – evento queste sono le categorie degli *stakeholder* principali:

1. Associazioni culturali e/o Imprese culturali e del tempo libero;
2. soggetti, con adeguate capacità da coinvolgere sull'attivazione di nuove professionalità.
3. Opinion Leaders e Stampa
4. Turisti e Visitatori in flusso negli attrattori più prossimi ai luoghi dell'evento
5. Operatori del settore turistico-ricettivo della provincia di Benevento
6. Grande Pubblico (Campania)
7. CSA, Istituti Comprensivi

Le categorie del target individuate possono a loro volta essere divise in seguenti gruppi di target, cui saranno evidentemente indirizzate specifiche azioni di comunicazione relative al progetto – evento in questione.

1. Comunità Interna

- Gli amministratori degli enti locali di riferimento a rilevanza turistica e culturale

2. Addetti ai lavori

PIANO COMUNICAZIONE

"BAB FESTIVAL

Festival Internazionale dei Burattini e delle Marionette

VII Edizione Giugno 2010"

ALLEGATO 2 – Scheda progettuale

- Imprenditori del settore turistico in generale, specie le imprese giovanili;
- Aziende anche a conduzione familiare di rilevanza turistico – ricettiva;
- Associazioni Culturali, Pro Loco ed altri gruppi attivi nel territorio per la promozione e la salvaguardia del territorio;

3. Grande Pubblico

- Adulti residenti nell'area geografica che investe il progetto;
- Pubblico indifferenziato in ambito regionale ed extraregionale;
- Professionisti in ambito regionale;
- Turisti italiani e stranieri del flusso relativo agli attrattori più prossimi ai luoghi di svolgimento dell'evento

4. Opinion leader

- Professionisti, stampa, politici, amministratori e testimonials

3. Le azioni e gli strumenti di comunicazione previsti

Per attività e strumenti di comunicazione s'intende tutta la produzione di eventi e materiali cartacei e multimediali che il Piano di Comunicazione prevede nei tempi e nei modi espressi nel presente documento.

3.1. Immagine e design degli aspetti intangibili

L'immagine di un evento, come di un'istituzione, ma anche di un progetto, è uno degli aspetti intangibili che sono determinati dai fattori immateriali, quali le relazioni umane, i rapporti con i diversi pubblici con i quali l'iniziativa interagisce e da moltissimi altri fattori, non ultimo la reputazione dei suoi protagonisti.

Il design agisce laddove gli aspetti materiali, tangibili, producono l'immaginario iconografico dell'evento. L'immagine è la percezione che il pubblico ha di una certa istituzione e/o iniziativa –progetto che questa intraprende. E' l'effetto combinato di una serie di elementi, quali la qualità dei servizi e le capacità gestionali. L'immagine è ciò che vive nella mente del destinatario del messaggio (cittadini, turisti, operatori del territorio, opinion leaders ecc..). L'identità è la realtà oggettiva tangibile (visibile, diremmo).

Non v'è differenza pertanto sul piano metodologico tra ente pubblico e impresa, anzi la tendenza è proprio quella di unificare le procedure ed il linguaggio, badando solo alla qualità del design e non alla personalità giuridica della committenza. Le differenze saranno tuttavia molto significative sul piano del marketing e dei pubblici (target) ai quali la comunicazione è rivolta.

Bisogna comunque distinguere l'identità visiva dall'immagine. Sebbene possano essere entrambe il frutto di un'accorta progettazione, la prima investe i supporti materiali che

PIANO COMUNICAZIONE

"BAB FESTIVAL

Festival Internazionale dei Burattini e delle Marionette

VII Edizione Giugno 2010"

ALLEGATO 2 – Scheda progettuale

raggiungono il destinatario direttamente; la seconda viene percepita attraverso il filtro dei mezzi e degli strumenti di comunicazione di massa.

Sommariamente, gli elementi più appariscenti dell'identità visiva, secondo una consolidata prassi, sono: il *marchio* (o simbolo), l'*eventuale logotipo*, i *colori sociali*, l'*alfabeto* o gli alfabeti (a volte chiamati la *tipografia*); gli stampati istituzionali; le pubblicazioni; i manifesti; i sistemi di segnaletica, interna ed esterna; le insegne; le varie iniziative pubbliche (mostre, convegni); gli uffici stessi e, non ultimo, lo stile di comportamento di chi rappresenta l'istituzione. E' anche attraverso questi elementi che la comunicazione visiva educa il suo pubblico sulla natura dell'ente con il quale opera, nel quale è interessato ad investire la propria fiducia. Questi ed altri elementi si fondono insieme e creano una specifica impressione nella mente del cittadino o dell'utente. La chiarezza formale ha, dunque, un significato che travalica gli stessi aspetti specifici: essa investe più generalmente la vita dell'istituzione e le sue finalità.

L'immagine quindi del progetto-evento *"BAB FESTIVAL - Festival Internazionale dei Burattini e delle Marionette - VII Edizione Giugno 2010"*, dovrà riuscire a fondere in un unico evento la riscoperta delle tradizioni e la valorizzazione del patrimonio storico-architettonico della provincia di Benevento.

3.2. L'identità visiva

La prima fase consiste nella messa a punto di tutti gli elementi che, sinergicamente, concorrono a determinare l'identità visiva dell'istituzione e che costituiscono l'architettura del progetto. Come in una sinfonia, la frase riproposta in tante varianti, in tante atmosfere, è pur sempre composta da poche note essenziali che possono diventare, all'occorrenza, una struttura molto complessa.

Dunque gli elementi base dell'identità visiva sono:

1. Il marchio, sia esso composto da pittogramma, elemento figurale fortemente sintetico, il logotipo, la scritta con caratteri particolari, oppure da entrambi.
2. La tipografia, o meglio l'alfabeto o gli alfabeti istituzionali, vale a dire le diverse famiglie di caratteri che verranno utilizzati per produrre i documenti e tutti gli strumenti di comunicazione.
3. I colori sociali, ovvero la gamma cromatica predefinita che accompagnerà la comunicazione.

4. Gli strumenti

4.1. I manifesti e le locandine

Il manifesto, malgrado una certa retorica sulla società detta dell'informazione, resta tutt'ora il più diffuso mezzo di comunicazione e, per molti aspetti forse il più efficace; come sempre dipende dall'uso che se ne fa, dalla tipologia di prodotto o di servizio che si intende promuovere, dagli obiettivi e dal target che si intende raggiungere. L'affissione è legata ai due valori quantità e dimensione del manifesto, e durata dell'affissione.

PIANO COMUNICAZIONE

"BAB FESTIVAL Festival Internazionale dei Burattini e delle Marionette VII Edizione Giugno 2010"

ALLEGATO 2 – Scheda progettuale

Caratteristiche tecniche

Poiché tutto il materiale prodotto sarà stato completamente digitalizzato, vengono fornite solo le caratteristiche tecniche per la produzione.

Formato 70x100 e 100x140 cm. manifesto / 35x50 locandina

Tiratura manifesto 3.000 f.to 70x100 e 1000 f.to 100x140 cm.

Tiratura locandine 700

Carta 115 il mq per i manifesti

Carta 250 il mq per le locandine

Stampa a 4+4 colori

4.2. Poster cartacei f.to 600x300 cm.

Anche in questo caso si tratta di un supporto affissionale ma di grande formato con un impatto molto visibile se posto su impianti collocati in luoghi strategici e in periodi ottimali

Tiratura manifesto 50

Carta 115 il mq

Stampa a 4+0 colori

4.3. Annunci su quotidiani

Gli annunci relativi ai contenuti proposti dal progetto saranno oggetto di una progettazione specifica che occuperà una intera mezza pagina nei tre principali quotidiani campani: La Repubblica, il Corriere della Sera (Corriere del Mezzogiorno) e Il Mattino, naturalmente tutti i quotidiani e i periodici delle provincia di Benevento definiti come testate locali.

4.4. Dépliant ed attività di distribuzione

Caratteristiche tecniche

Da utilizzare per la promozione dell'intero programma della manifestazione. Il dépliant sarà poi veicolato attraverso mirate azioni di distribuzione.

Formato dépliant a 4: ante 240x150 mm chiuso - 960x150 mm aperto

Tiratura dépliant 35.000

Carta dépliant Patinata opaca da gr. 180 il mq.

stampa: 4+4

allestimento: n.° 3 cordonature + n.° 3 piegature

4.5. Il sito web e la promozione internet

L'attività svolta in questo ambito riguarda sia l'aspetto grafico delle interfacce utente che quello tecnologico. Due aspetti che, pur necessitando di specifiche e distinte figure professionali, presentano molteplici punti di intersezione e non possono prescindere l'uno dall'altro. Sono incluse le attività di:

- **Ideazione e progettazione** delle soluzioni più efficaci sulla base dell'analisi strategica iniziale: linee guida della comunicazione, web concept, web architecture.
- **Realizzazione web design**, sviluppo codice ed elaborazione immagini, sviluppo applicativi e data base on line con tecnologia ASP/PHP

PIANO COMUNICAZIONE

"BAB FESTIVAL

Festival Internazionale dei Burattini e delle Marionette

VII Edizione Giugno 2010"

ALLEGATO 2 – Scheda progettuale

- **Promozione online** per un efficace raggiungimento del target e per ottenere la massima visibilità dell'iniziativa: servizi di posizionamento sui motori di ricerca, consulenza per campagne banner ed email marketing.
- **Monitoraggio ex-post** dell'intervento per mezzo di analisi quantitative e qualitative dei risultati raggiunti.
- **Web Farming** Hosting & Housing, connettività assistita, veloce e sicura, in particolare oltre alla fase di naming e registrazione di qualunque tipo di dominio. I servers e lo spazio web offerti assicurano per 365 giorni l'anno, 24 ore su 24, massima affidabilità, sicurezza e l'inviolabilità.

4.6. La segnaletica stradale

Sui luoghi definiti per gli interventi saranno realizzati dei totem-espositori con tasca porta depliant (dimensioni 65x150 cm.)

4.7. Presentazione e conferenze stampa

L'intero progetto dovrà essere presentato almeno due /settimane prime della effettiva calendarizzazione. La conferenza stampa darà risalto all'intero programma e vi parteciperanno i soggetti istituzionali interessati, ospiti di prestigio e i giornalisti ed opinion leaders che l'ufficio stampa avrà preventivamente contattato.

La conferenza stampa di apertura e presentazione del progetto che avrà luogo a Benevento, città capoluogo di Provincia, presso la Rocca dei Rettori, sede dell'Amministrazione Provinciale.

5. La fase di produzione e diffusione

Tutto quanto attiene al piano di identità visiva è stato fin qui presentato dal punto di vista della progettazione. Una volta che le esigenze siano state chiarite, gli obiettivi delineati, il briefing dei contenuti definitivamente elaborato, i progetti realizzati ed i materiali prodotti, inizia una nuova fase, non meno importante e particolarmente delicata, che chiamiamo di diffusione, tendendo così a dividere gli aspetti di progettazione e organizzazione da quelli pianificazione.

5.1. La pianificazione

L'attività di pianificazione dei mezzi audiovisivi segue regole completamente diverse dalla progettazione dell'identità visiva. La pianificazione dei mezzi consiste nel destinare delle risorse finanziarie, adeguate in quanto meditate, all'acquisto di "spazi" su stampa, periodica e quotidiana. In funzione delle disponibilità finanziarie si prenoteranno spazi più o meno grandi (pagine intere o singole sezioni), per una durata più o meno lunga. Non va sottovalutato - anche per i piccoli budget - l'importanza della definizione del target, in relazione ai diversi segmenti di mercato che si vogliono raggiungere. Dalla scelta di testate più o meno specialistiche, dalla tiratura più o meno diffusa, dipenderà molto del successo della campagna. Un'accurata distribuzione *door-to-door* di molti dei materiali prodotti, sarebbe la più sicura ed efficace metodologia di penetrazione dei target.

PIANO COMUNICAZIONE

*"BAB FESTIVAL
Festival Internazionale dei Burattini e delle Marionette
VII Edizione Giugno 2010"*

ALLEGATO 2 - Scheda progettuale

QUOTIDIANI		TIMING
IL MATTINO	n. 1 uscita 1 pagina colore	20/06/2010
CORRIERE MEZZOGIORNO	1 uscite ½ pagina colore	19/06/2010
REPUBBLICA/NAPOLI	1 uscite ½ pagina colore	21/06/2010
IL SANNIO QUOTIDIANO	2 uscite pagina colore	22/06/2010 - 23/06/2010
AFFISSIONI 6X3 mt.		TIMING
BENEVENTO e provincia	14 POSTER	dal 14/06/2010 al 29/06/2010
AVELLINO	2 POSTER	dal 14/06/2010 al 29/06/2010
NAPOLI	7 POSTER	dal 14/06/2010 al 29/06/2010
CASERTA	5 POSTER	dal 14/06/2010 al 29/06/2010
SALERNO	2 POSTER	dal 14/06/2010 al 29/06/2010
AFFISSIONI 70x100 e 100x140 cm		TIMING
BENEVENTO E PROVINCIA	700 manifesti	dal 17/06/2010 al 27/06/2010
AVELLINO	100 manifesti	dal 17/06/2010 al 27/06/2010
NAPOLI	300 manifesti	dal 17/06/2010 al 27/06/2010
CASERTA	300 manifesti	dal 17/06/2010 al 27/06/2010
SALERNO	100 manifesti	dal 17/06/2010 al 27/06/2010

6. Costi stimati per le attività e produzioni indicate.

Tutto quanto fin qui espresso deve trovare una ripartizione delle risorse finanziarie che sono indicate di seguito in forma di stima e calibrate per il raggiungimento dei target stabiliti. Le cifre esposte nella tabella sono dunque orientative ed infatti vengono espresse come stime da un minimo ad un massimo. Non si esclude che, nella fase esecutiva del piano, si possa ottenere - per sopraggiunte diverse esigenze - uno spostamento di valori da un punto ad un altro del Piano di Comunicazione.